

2012-2016年润肠茶行业市场专项调研及投资方向 研究报告

报告大纲

一、报告简介

华经情报网发布的《2012-2016年润肠茶行业市场专项调研及投资方向研究报告》涵盖行业最新数据，市场热点，政策规划，竞争情报，市场前景预测，投资策略等内容。更辅以大量直观的图表帮助本行业企业准确把握行业发展态势、市场商机动向、正确制定企业竞争战略和投资策略。本报告依据国家统计局、海关总署和国家信息中心等渠道发布的权威数据，以及我中心对本行业的实地调研，结合了行业所处的环境，从理论到实践、从宏观到微观等多个角度进行市场调研分析。

官网地址：<https://www.huaon.com/detail/119533.html>

报告价格：电子版: 9000元 纸介版：9000元 电子和纸介版: 9200元

订购电话: 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱: kf@huaon.com

联系人: 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、报告目录及图表目录

润肠通便是指指引润肠的中药治疗阴虚肠燥所致便秘。润肠通便疗法分为水果类、冲泡类、药物类、物理疗法类四大类。未来5年，全球健康饮料将以高于普通饮料增长速度（2%-3%）1倍以上的速度增长。在我国各种医书中，记录有1100多种有治疗作用的“茶”类饮品，而近20年中新发展的、有案可查的各类药茶、中草药保健茶就有350种之多。在目前茶市场当中，在茶文化热、有机茶热、保健茶热、名优茶兴起等多种因素下，茶叶的传统区域性消费习惯正在走向分解，取而代之的是更为现代的、多元化的茶叶消费趋势。在人民的生活水平不断提升，生活品味不断提升，对茶文化的品尝也是情有独钟。2009年保健茶年销售额突破百亿，2010年保健茶年销售额为已过五百亿元，2012年全年将突破1200亿元。近代，随着人们健康意识增强，在茶饮料市场迅速扩大之后，以传统中草药为主要成分的保健茶已成为饮品市场的新亮点。中草药保健茶是中国传统的特色饮料，也是药茶疗法的主要剂型之一。

距今2000年前的《神农本草经》中就已将茶列为一味重要的药物；传说神农氏尝百草，日遇七十二毒，得茶而解之；汉代的张仲景、华佗等大医学家也用茶来治疗各种疾病；唐宋时代更将茶及药茶广泛应用于防治头痛、痰热、宿食、消渴、小便不通、大小便出血等病症，以及补肾壮腰、聪耳明目、坚肌长肉的保健养生之品；到明清时代药茶疗法、用中草药配制的保健茶更有很大的发展，有关药茶和保健茶的方剂、应用范围、制作方法等方面都被不断充实和完善，创制了大量行之有效的药茶、保健茶，它们成为祖国传统医学宝库中一颗璀璨的明珠，具有疗效高、易于制作、使用方便等特点，深受人们喜爱。近代，随着人们健康意识增强，在茶饮料市场迅速扩大之后，以传统中草药为主要成分的保健茶已成为饮品市场的新亮点。

艾凯数据研究中心发布的《2012-2016年润肠茶行业市场专项调研及投资方向研究报告》共十五章。首先介绍了中国润肠茶行业的概念，接着分析了中国润肠茶行业发展环境，然后对中国润肠茶行业市场运行态势进行了重点分析，最后分析了中国润肠茶行业面临的机遇及发展前景。您若想对中国润肠茶行业有个系统的了解或者想投资该行业，本报告将是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库

第一部分 润肠茶行业运行现状

第一章 润肠通便茶行业相关概述

第一节 润肠通便茶行业定义

第二节 润肠通便茶的作用与用途

第三节 润肠通便茶产业链分析

第二章 中国润肠通便茶行业运行环境分析

第一节 国内宏观经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2012年中国宏观经济发展预测分析

第二节 2011-2012年中国润肠通便茶行业社会环境分析

一、人口环境分析

二、教育环境分析

三、文化环境分析

四、生态环境分析

五、中国城镇化率

六、居民的各种消费观念和习惯

第三节 投融资发展环境

一、金融开放

二、金融财政政策

三、金融货币政策

四、外汇政策

五、银行信贷政策

六、股权债券融资政策

第三章 全球润肠通便茶行业发展分析

第一节 2011-2012年全球润肠通便茶市场分析

一、全球润肠通便茶市场分析

二、全球润肠通便茶市场需求分析

第二节 2011-2012年全球部分地区润肠通便茶市场发展分析

第四章 中国润肠通便茶行业发展现状分析

第一节 2011-2012年润肠通便茶行业发展现状

一、润肠通便茶行业发展概况

二、润肠通便茶行业生产状况分析

第二节 2011-2012年润肠通便茶企业发展分析

- 一、润肠通便茶企业发展动态分析
- 二、润肠通便茶企业发展存在的问题
- 三、润肠通便茶企业战略发展分析

第三节 2011-2012年润肠通便茶行业经济运行分析

- 一、润肠通便茶行业产值分析
- 二、润肠通便茶行业效益分析
- 三、润肠通便茶行业进口分析
- 四、润肠通便茶行业出口分析

第四节 2011-2012年润肠通便茶市场发展分析

- 一、2011年润肠通便茶市场分析
- 二、2011年润肠通便茶市场变化分析
- 三、2012-2016年润肠通便茶市场走势分析

第五节 润肠通便茶行业面临的挑战及发展建议

- 一、润肠通便茶行业发展面临的难题
- 二、润肠通便茶行业发展建议

第五章 中国润肠通便茶消费市场分析

第一节 2011-2012年润肠通便茶消费者特征分析

- 一、人口结构分析
- 二、年龄结构分析
- 三、学历结构分析
- 四、职业结构分析
- 五、收入结构分析

第二节 2011-2012年润肠通便茶消费者对润肠通便茶选择的调查

- 一、消费者对润肠通便茶种类的选择率调查
- 二、消费者对润肠通便茶品牌选择的调查
- 三、消费者对润肠通便茶消费满意度调查

第三节 2011-2012年润肠通便茶行业影响消费者选购因素分析

- 一、价格因素
- 二、质量因素
- 三、品牌的影响
- 四、广告的影响程度

第四节 2011-2012年润肠通便茶市场消费者费渠道分析

- 一、连锁药店、社区药店
- 二、普通商场、超市
- 三、批发市场
- 四、其他渠道

第六章 中国润肠通便茶行业市场营销战略分析

第一节 润肠通便茶企业营销分析

- 一、润肠通便茶市场营销现状
- 二、润肠通便茶品牌成功因素分析
- 三、润肠通便茶企业营销战略研究

第二节 润肠通便茶营销渠道分析

- 一、润肠通便茶销售渠道构成
- 二、润肠通便茶营销渠道策略分析

第三节 润肠通便茶行业营销策略分析

第七章 中国润肠通便茶行业数据监测

第一节 2009-2011年中国润肠通便茶行业总体数据分析

- 一、2009年中国润肠通便茶行业全部企业数据分析
- 二、2010年中国润肠通便茶行业全部企业数据分析
- 三、2011年中国润肠通便茶行业全部企业数据分析

第二节 2009-2011年中国润肠通便茶行业不同规模企业数据分析

- 一、2009年中国润肠通便茶行业不同规模企业数据分析
- 二、2010年中国润肠通便茶行业不同规模企业数据分析
- 三、2011年中国润肠通便茶行业不同规模企业数据分析

第三节 2009-2011年中国润肠通便茶行业不同所有制企业数据分析

- 一、2009年中国润肠通便茶行业不同所有制企业数据分析
- 二、2010年中国润肠通便茶行业不同所有制企业数据分析
- 三、2011年中国润肠通便茶行业不同所有制企业数据分析

第八章 中国润肠通便茶药品行业发展分析

第一节 2011-2012年润肠通便茶行业发展现状

- 一、润肠通便茶行业的发展史
- 二、润肠通便茶市场变化分析
- 三、润肠通便茶质量情况分析
- 四、润肠通便茶市场现状分析

第二节 2011-2012年润肠通便茶市场供需分析

- 一、润肠通便茶产值分析
- 二、润肠通便茶需求分析
- 三、影响润肠通便茶市场需求的因素

第三节 润肠通便茶行业生产分析

- 一、产品及原材料进口、自有比例
- 二、国内产品及原材料生产基地分布
- 三、产品及原材料产业集群发展分析
- 四、2010-2012年产品及原材料产能情况分析

第九章 中国润肠通便茶行业发展分析

第一节 2011-2012年润肠通便茶市场发展分析

- 一、润肠通便茶发展分析
- 二、润肠通便茶市场发展有利因素分析
- 三、润肠通便茶市场消费特点分析

第二节 2011-2012年润肠通便茶出口状况分析

- 一、润肠通便茶出口数量及金额分析
- 二、润肠通便茶主要出口市场分析

第三节 2011-2012年润肠通便茶行业存在的问题及对策

- 一、润肠通便茶产品问题分析
- 二、润肠通便茶行业存在的问题
- 三、针对润肠通便茶的解难
- 四、润肠通便茶行业品牌策略分析
- 五、提高润肠通便茶市场竞争力策略分析

第十章 中国润肠通便茶行业竞争格局分析

第一节 2011-2012年润肠通便茶行业竞争结构分析

- 一、润肠通便茶种类品牌竞争
- 二、润肠通便茶技术创新竞争
- 三、润肠通便茶销售渠道竞争

第二节 2011-2012年润肠通便茶区域市场格局分析

第十一章 中国润肠通便茶市场竞争分析

第一节 2011-2012年润肠通便茶行业集中度分析

- 一、润肠通便茶市场集中度分析

二、润肠通便茶区域集中度分析

三、润肠通便茶企业集中度分析

第二节 2011-2012年润肠通便茶市场竞争分析

一、润肠通便茶市场竞争现状分析

二、润肠通便茶企业竞争动态分析

三、润肠通便茶行业竞争策略研究

第十二章 中国润肠通便茶行业发展前景分析

第一节 2012-2016年润肠通便茶市场发展前景分析

一、2012-2016年润肠通便茶市场发展潜力分析

二、2012-2016年润肠通便茶市场发展前景分析

第二节 2012-2016年润肠通便茶产品市场发展前景分析

第十三章 中国润肠通便茶行业发展趋势分析

第一节 对润肠通便茶市场发展预测

一、2012-2016年润肠通便茶市场供给预测

二、2012-2016年润肠通便茶市场销量预测

三、2012-2016年润肠通便茶市场规模预测

第二节 2012-2016年润肠通便茶市场发展趋势

一、2012-2016年润肠通便茶行业发展趋势

二、2012-2016年润肠通便茶市场发展趋势

第十四章 中国润肠通便茶行业发展战略研究

第一节 市场策略分析

一、润肠通便茶价格策略分析

二、润肠通便茶渠道策略分析

第二节 销售策略分析

一、媒介选择策略分析

二、产品定位策略分析

三、企业宣传策略分析

第三节 对我国润肠通便茶品牌的战略思考

一、企业品牌的重要性分析

二、润肠通便茶实施品牌战略的意义

三、润肠通便茶企业品牌的现状分析

四、我国润肠通便茶企业的品牌战略

五、润肠通便茶品牌战略管理的策略

第四节 润肠通便茶企业经营管理策略

- 一、成本控制策略
- 二、定价策略
- 三、竞争策略
- 四、并购重组策略
- 五、营销策略
- 六、人力资源
- 七、财务管理

第十五章 润肠通便茶整体行业发展规划分析

第一节 2012-2016年润肠通便茶行业发展规划分析

- 一、润肠通便茶行业发展机会分析
- 二、润肠通便茶行业发展机遇分析
- 三、润肠通便茶行业发展规划分析

第二节 2012-2016年润肠通便茶行业投资分析

- 一、润肠通便茶市场投资现状
- 二、润肠通便茶市场投资机会分析
- 三、对润肠通便茶市场投资分析

第三节 2012-2016年润肠通便茶行业投资风险分析

- 一、2012-2016年润肠通便茶行业市场风险预测
- 二、2012-2016年润肠通便茶行业政策风险预测
- 三、2012-2016年润肠通便茶行业经营风险预测
- 四、2012-2016年润肠通便茶行业竞争风险预测
- 五、2012-2016年润肠通便茶行业其他风险预测

第四节 2012-2016年润肠通便茶行业投资战略分析

- 一、润肠通便茶市场投资策略分析
- 二、润肠通便茶细分市场投资策略分析
- 三、对润肠通便茶行业的投资建议

图表目录

图表：国内生产总值同比增长速度

图表：全国粮食产量及其增速

图表：规模以上工业增加值增速（月度同比）（%）

图表：社会消费品零售总额增速（月度同比）（%）

图表：进出口总额（亿美元）

图表：广义货币（M2）增长速度（%）

图表：居民消费价格同比上涨情况

图表：工业生产者出厂价格同比上涨情况（%）

图表：城镇居民人均可支配收入实际增长速度（%）

图表：农村居民人均收入实际增长速度

图表：人口及其自然增长率变化情况

图表：2011年固定资产投资（不含农户）同比增速（%）

图表：2011年房地产开发投资同比增速（%）

图表：2012年中国GDP增长预测

图表：国内外知名机构对2012年中国GDP增速预测

通过《2012-2016年润肠茶行业市场专项调研及投资方向研究报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.huaon.com/detail/119533.html>